

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kegiatan jual beli usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang makanan dan minuman termasuk dapat berkembang pesat hingga dalam segi ekonomi nasional. UMKM yaitu sebagai tempat fantastis untuk mulai menciptakan lapangan kerja yang menguntungkan. UMKM adalah perusahaan padat karya yang menggunakan modal awal yang relatif sedikit, sering kali menggunakan teknologi yang belum sempurna, dan tidak menuntut kualifikasi tertentu dari setiap produknya. UMKM terus memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia, terbukti dari PDB, penciptaan lapangan kerja, dan jumlah usaha di negara ini.

Kementerian Koperasi dan UMKM, ada banyak kategori yang menjadi kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk sektor pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, ketenagalistrikan, dan sektor lainnya. Sektor industri kreatif diperkirakan akan mampu menghadapi krisis keuangan global dengan lebih baik dibandingkan sektor lainnya. Pemerintah mulai memandang sektor kreatif sebagai potensi pengganti mesin perekonomian saat ini.

Salah satu sektor UMKM yang cukup potensial adalah industri makanan dan minuman. Makanan dan minuman menjadi sektor perkembangan dan peningkatan ekonomi yang cukup cepat bagi Kota Pasuruan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif dan efisien sangat diperlukan untuk memenangkan persaingan. Kota Pasuruan memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM makanan dan minuman. Namun, persaingan yang semakin ketat di pasar menuntut para pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kualitas produk dan daya saing.

Namun masih banyak produk UMKM makanan dan minuman yang belum mampu bersaing secara efektif di pasar yang lebih luas. Salah satu kendalanya adalah kurangnya kesadaran konsumen terhadap merek produk lokal, serta keraguan konsumen terhadap legalitas dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi beberapa faktor krusial seperti merek produk, legalitas produk dan kualitas produk yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan.

Firmansyah (2019) menyebutkan jika minat beli adalah salah satu tahap penting yang harus diperhitungkan oleh pemasar hal tersebut karena minat adalah suatu kondisi yang mendahului seseorang dalam mempertimbangkan serta membuat keputusan untuk memutuskan memakai sebuah produk serta layanan jasa. Suatu produk dikatakan telah di konsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah di putuskan oleh konsumen untuk dibeli. Dalam konteks pemasaran, beberapa faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen antara lain kesadaran, legalitas produk, dan kualitas produk.

Kesadaran merek merupakan kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat suatu merek. Merek yang dikenal dan diingat oleh konsumen cenderung lebih dipilih daripada merek yang kurang dikenal.

Legalitas produk dan kualitas produk menjadi aspek yang krusial yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku usaha untuk meraih kepercayaan konsumen dan menjamin keberlangsungan bisnis. Menurut Aditia (2020) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan yang disebutkan atau kebutuhan tersirat.

Penelitian ini difokuskan pada UMKM makanan minuman di Kota Pasuruan karena memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan tersebut melalui pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan. Secara khusus, penelitian ini akan mengkaji pengaruh kesadaran merek, legalitas produk, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

Adapun alasan yang mendasari pemilihan objek penelitian ini dikarenakan kurangnya kesadaran dari konsumen mengenai merek serta legalitas produk dan kualitas produk pada sentra UMKM makanan minuman di Kota Pasuruan. Fokus utama dari penelitian ini yakni untuk menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi keberhasilan dan daya saing produk serta minat beli makanan dan minuman yang dihasilkan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pasuruan.

Dari hasil observasi pendahuluan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KESADARAN MEREK, LEGALITAS PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA SENTRA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA PASURUAN”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan yang berbentuk pertanyaan sebagai berikut.

1. Apakah kesadaran merek, legalitas produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan?
2. Apakah kesadaran merek dan legalitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan?
3. Apakah legalitas produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan?

4. Apakah kesadaran merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan?
5. Apakah kesadaran merek, legalitas produk dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di rumuskan suatu tujuan penelitian sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran merk, legalitas produk, dan kualitas produk terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kesadaran merek dan legalitas produk terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh legalitas produk dan kualitas produk terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kesadaran merek dan kualitas produk terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan

5. Untuk mengetahui secara parsial seberapa besar pengaruh kesadaran merek, legalitas produk dan kualitas produk terhadap minat beli pada sentra UMKM makanan dan minuman di Kota Pasuruan

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan kontribusi bagi beberapa pihak yang terkait, antara lain :

- 1) Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan untuk mendalami lebih lanjut ilmu manajemen dan dapat menambah wawasan terkait mengenai merek pada produk dan legalitas produk agar kualitas produk lebih layak untuk di pasarkan.

- 2) Bagi Objek yang Diteliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam melakukan penyusunan strategi pemasaran baik konsumen individu atau pelaku usaha serupa yang mempertimbangkan dari perilaku konsumen.

- 3) Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman di lapangan bagi kepastakaan Universitas Merdeka Pasuruan terutama di bidang pemasaran dalam konteks merek pada produk dan legalitas produk.

4) Bagi Pihak Lain atau Peneliti Selanjutnya

Dapat menambah ilmu pengetahuan. Kemudian juga dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya. Sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

